December 2002

# Changes to the Taiwanese domestic alcoholic beverage sector as a result of Taiwan's accession to the WTO

## Introduction

As a result of its accession to the World Trade Organisation, Taiwan is now facing new challenges and opportunities in diverse sectors. Taiwan is committed to opening up its market, by lowering the average customs tariff on imported products. This will extend to the liberalisation of the domestic market for alcoholic beverages. This report summarises what are the changes taking place in the local alcoholic beverage sector and the related opportunities for Canadian exporters.

Prior to January 1, 2002, the Taiwan Tobacco and Wine Monopoly Bureau (TTWMB) was the only organization allowed to produce alcoholic beverage in Taiwan. Imports of alcoholic beverage were first allowed in 1987. That was the first time the Taiwan Tobacco and Wine Monopoly Bureau experienced competition from imported wine, beer, spirits, liquor and tobacco. The liberalisation of the alcoholic beverages as a result of Taiwan;'s accession to th WTO put an end to Taiwan's tobacco and wine monopoly system. Private companies can now produce, distribute and sell alcoholic beverages in accordance to the rules and regulations put in place by the Taiwanese Ministry of Finance (MOF).

## What Are the Changes?

As part of Taiwan's efforts to join the WTO, Taiwan's Legislature has passed the "Tobacco and Wine Tax Law" in March 2000. The new law put an end to the tobacco and wine monopoly system. This change was essential for Taiwan to become a member of the WTO. The import and sales of alcoholic beverages will no longer be restricted and the local alcoholic beverage market will open up to both local and foreign wineries, distiller and brewers. According to the new law, alcoholic beverages will be taxed differently according to their production process. Normal taxes such as import tariff, excise tax and the tobacco and wine tax will be assessed on each product.

Taxes for "processed wines"(wines mixed with aromatic substances or with Chinese medicines) are also calculated on the basis of their alcoholic content. An example of this type of wine is the deer antler wine. Wine of this type with alcoholic content higher than 20% will be assessed a wine tax of NT$185 per litre, while wines with alcoholic content less than 20% will be taxed NT$7 per litre on a percentage (proof) point basis. The importer pays the both the excise tax and the tariff. All alcoholic beverage sales are subject to a 5%sales tax, collected at the point of sale. Below is a table showing the excise tax and tariff under the new "Tobacco and Wine Tax Law":

**Table 1: Tobacco and Wine Excise Tax and Tariff for Various Alcoholic Beverages**

| Types of Beverages | | Tobacco & Wine Excise Tax | Import Tariff |
|---|---|---|---|
| Brandy, Whisky, Rhum, Gin, Vodka | | NT$185/litre | 0% |
| Grape Wines (red/white/fruit) | | NT$7 per % alcohol per litre | 10% |
| Beer | | NT$26/litre | 5%* |
| Rice Wine | | NT$150 /litre**<br>NT$185/litre*** | 40% |
| Liquors | 20% alcohol in volume | NT$185/litre | 20% |
| | 20% or less alcohol in volume *(champagne, sparkling wine falls under this category)* | NT$7per % alcohol per litre | 20% |
| Cooking Wine (*Alcoholic beverages made for cooking from grains or other starch-containing plants added with ethyl alcohol after saccharification as a base, or using ethyl alcohol, fermented alcohol or distilled spirits directly as a base with a salt content of more than 0.5%, and added with or without other flavours.)* | | NT$22/litre | |

***Tariff will be gradually reduced to zero percent (0%) starting January 2005. FYI, import tariff is 3.5% starting January 2003 and 1.6% starting January 2004.***
****Tax in year 2002***
*****Tax in year 2003 and after***

The Taiwan Tobacco and Wine Monopoly Board (TTWMB) has been transformed into a company on July 1, 2002. Its name has been changed to Taiwan Tobacco and Liquor Corporation (TTLC). The TTLC does not limit its business to producing alcoholic beverages, but also looks at other opportunities related to distribution and logistics services. The extensive distribution network of TTL could be of interest to companies looking at selling their products to a large number of retail outlets. The TTLC is also planning to develop other business like producing alcoholic beverages for other companies under their private labels, to develop biotech-related business opportunities such as fermentation and spice for alcoholic products.

## Guidelines to Produce Alcoholic Beverage in Taiwan

The MOF has moved quickly to liberalize the domestic alcoholic beverages and tobacco markets, almost two years ahead of its original plans in response to Taiwan's entry into the World Trade Organization (WTO). According to Ministry of Finance, production of different types of alcoholic beverages, including beer, is allowed as of 1 January 2002. Any Taiwan-registered company may submit an application to the Ministry of Finance and the Ministry of Economic Affairs, to establish and operate an alcoholic beverage production facility. Taiwan's Ministry of Finance is responsible for the processing of applications for licences to produce alcoholic beverages.

The Ministry of Finance has received applications for licenses to set up brewing companies locally. As of September 2002, the Ministry of Finance had issued 54 alcoholic brewing licenses. The first private brewing license was issued to a local Agriculture Association in southern Taiwan, who was reported to produce rice wines, fruit wines, distilled and refined liquors. The speeding-up of license issuance is expected to result in competition between local alcoholic products very soon.

Prospective independent wine producers will have to pass successfully an environmental impact assessment administered by the local government. Necessary documents should be submitted to relevant authorities for review and a

certification fee will be collected. The processing time is expected to take 2 months.

There is no limit to the annual production by producers registered as a "Company Limited by shares". For a "non-Limited Company", the limit for annual production of specific types of wine are:

1) Beer = 60,000 litres
2) Fruit wine = 40,000 litres
3) Grain-based alcoholic beverages = 20,000 litres
4) Other processed wines = 20,000 litres
5) Distilled spirits = 6,000 litres
6) Rice-based wine = 20,000 litres
7) Cooking wine = 30,000 litres
8) Other wines not included above = 6,000 litres

For example, if company A was granted a licence to produce only fruit wine, then Company A would be allowed to produce 40,000 litres of fruit wine per year. On the other hand, if Company B wants to produce 2 types of alcoholic beverage, say 2/3 of its production is beer, and 1/3 is fruit wine, then Company B's annual production should be not more than 40,000 litres (2/3 of 60,000 litres) of beer and not more than 13,333 litres (1/3 of 40,000 litres) of fruit wine.

When reviewing applications for licenses and permits, the MOF will ensure that the applicants does not owe taxes to the government and has not violated any rule banning private production of tobacco and wine products. The licenses will be renewed on an annual basis and licensees will have to pay a fee for their licence. In order to protect the interests of the consumers, the MOF will increase its scrutiny regarding quality, hygiene, labelling and advertising promotions of alcoholic beverages. Efforts will also be made to crack down on tax evasion and illegal production of tobacco and wine products to maintain market stability.

## The Beer Market Sub-sector

Prior to the liberalisation of the alcoholic beverage market, the Taiwan Tobacco and Wine Monopoly Board (TTWMB) was the only producer of beer in Taiwan. Its "Taiwan Beer" occupies almost 85% of the Taiwan beer market and is almost 20% cheaper than other brands. Consumers' familiarity with its taste explains its popularity. As it is brewed locally, freshness is ensured and shipping cost are kept low.

In 2001, Taiwan imported 83,570,431 litres of beer valued at CD$96.136 million. The United States (32%) led in terms of import volume, followed by Japan (26%), the Netherlands (25%), Germany (5%) and the Philippines (4%). Major foreign beer sold in Taiwan are Miller (US), Budweiser (USA), Kirin (Japan), Asahi (Japan), Heineken (Netherland), San Miguel (Philippines), Corona (Mexico) and Carlsberg (Denmark). The Canadian micro-brewery "Unibroue" entered the Taiwan market in 2000. Because of the uniqueness of its taste and its relatively high price, Unibroue beer is sold mostly in upscale restaurants in Taiwan. Other Canadian breweries have made past attempts at penetrating the Taiwan market. However, they all withdrew after a trial period. In order to promote beer in Taiwan, the company should allocate a large promotional budget to cover both print and media advertisements and giveaways. Gaining visibility is expensive and the volume sold must justify the expense. This makes it difficult for imported products to keep their market shares, and foreign suppliers must be willing to spend extra money for promotion. The hot months of June, July and August are usually the peak season for breweries to organise various types of beer-related promotional activities.

More foreign beers are expected to make their way into the Taiwan market. Mainland China's Tsing-Tao Beer, Kirin's Bar Beer (produced in Australia) and Germany's Beck's Beer, have entered the market since Taiwan's WTO accession. Other brands, either imported or locally produced by micro breweries, are expected to follow in the near future. Joining in this very competitive beer market, Tesco, a British hypermarket chain operating a few outlets in Taiwan, will soon be launching " Tesco beer" in Taiwan.

The first company to receive an operating licence to produce beer is Taiwan Brewery Systems Inc. This independent micro brewery is planning not only to brew beer but to educate the public about its history and cultural aspects.

**Table 2: Major Suppliers of Beer to Taiwan**

| Country | Year 2000 (litres) | Year 2001 (litres) |
|---|---|---|
| United States | 27,783,679 | 27,121,851 |
| Japan | 22,178,268 | 21,471,600 |
| Netherlands | 19,549,647 | 21,294,811 |
| Germany | 3,442,152 | 3,784,901 |
| Philippines | 4,455,178 | 3,287,797 |
| Mexico | 3,057,823 | 2,877,668 |
| Singapore | 1,190,733 | 1,065,668 |

*Source of Data: Taiwan Directorate General of Customs*

## The Wine Market Sub-sector

In 2001, Taiwan imported 5.288 million litres of grape wine valued at CD$38.048 million. Canadian wines accounted for 7% of grape wine by volume and 3.19% by value. France and the United States continue to be Taiwan's major suppliers of wine, taking between themselves two thirds of the market. Other countries supplying wine to Taiwan include Australia, Germany, Italy and Spain. Grape wine from both France and the United States and bottled by the Taiwan Tobacco and Wine Monopoly Board are sold under the TTWMB own labels: "Yu-Chuan Wine " (from France) and "Superior Rose Wine" ( from the United States). The market share for wines produced by the TTWMB continues to decline because more imported wines are entering Taiwan since the opening of the market more than 10 years ago.

Despite continuous promotion efforts, the imports of grape wine to Taiwan have continued to decline from a peak of CD$238.23 million registered in 1997. According to statistics from the TTWMB, each Taiwanese consumed on average a total of 35 litres (with an approximate value of CD$154) of alcoholic beverage in year 2000. It was in 1997 when many importers tried to take advantage of the popularity resulting from health claims related to red wine, that the import volume of red wine reached to a high level. Despite a lot of promotional activities organised by importers to increase market demand, the expected sales of imported wine did not materialise while imports continued, thus creating large inventories. Some importers still have inventories of wine imported in 1997. In an attempt to reduce these inventories, some importers are currently selling wine at a huge discount.

Special occasions and major Chinese festivities (Chinese Lunar New Year, Mid-Autumn Festival, etc), call for special gift packages. Retailers usually re-pack wines into gift boxes to capitalise on these special occasions. Women have a preference for sweeter wine or with fruitier flavour. This is also the target segment for importers of Canadian Icewine, since it has a sweet and fruity taste.

Western-style restaurants and five-star hotels now include wine on their menu. With more Taiwanese travelling abroad, the drinking habits of the Taiwanese consumers have been influenced, especially in relation to wine consumption in upscale restaurants and hotels.

In addition to liquor stores, specialty wine stores and the retail stores of the TTWMB, convenience stores and supermarkets and hypermarkets have a wine department as well.

**Table 3: Major Suppliers of Wine to Taiwan**

| Country | Year 2001 (litres) | Value (CD$) million |
|---|---|---|
| United States | 2,182,045 | 9.629 |
| France | 1,772,600 | 15.70 |
| Australia | 268,417 | 2.189 |
| Japan | 263,138 | 1.826 |
| Italy | 186,122 | 2.021 |
| Germany | 120,132 | 1.463 |
| Spain | 115,503 | 1.083 |
| **Canada** | 64,775 | 1.220 |

*Source of Data: Taiwan Directorate General of Customs*

## Other Distilled Spirits

Taiwan imported 8.139 million litres of whisky in 2001,valued at CD$166.793 million. Canadian whisky occupies only 1.6% of the market compared to the United Kingdom (68%) and Japan (23%). Imports of scotch whisky account for 35% to 40% of total wine and spirits imports. A total of 2.738 million litres of brandy (CD$78 million) were also imported into Taiwan in 2001. Taiwan's major suppliers of brandy are France (88%), the United States, Canada, Spain and the United Kingdom. Sweden is Taiwan's largest supplier of vodka.

The impact on the retail price of Rice Wine was the most controversial issue that ever happened to the distilled spirits sector in Taiwan, after Taiwan's entry into the WTO. Rice wine is an essential staple in Taiwanese households where it is used for cooking, particularly for women recovering from childbirth. The price of rice wine (which used to be NT$21, Cdn $ 1 per bottle) has shot up to NT$130 per bottle because it will be taxed at the same rate as imported liquor (NT$185 per litre as of January 2003).

Brandy and whisky are the most common types of distilled spirits imported into Taiwan. Taiwan's economy has been in recession since 2001, thus the sales of distilled spirits have been greatly affected. There was a decline in the number of gift boxes sold during special occasions or during traditional Chinese holidays.

Besides Absolut and Smirnoff which are the 2 most popular vodka available in Taiwan, there are some other vodkas from Denmark, Holland and France. Vodka is mainly used in bars, pubs, restaurants and discos for cocktail drinks. There is a small percentage of Taiwanese consumers who will buy vodka directly at retail stores.

Taiwanese traders see opportunities for distilled spirits from Mainland China to be sold in Taiwan now that it has become a member of the WTO. Prior to its accession, some Taiwanese companies have started to import and distribute, both Mainland Chinese and Japanese "sake" (Tsing Jiu), "Shao-hsing" wine from Mainland China, other brands of whisky from Japan.

**Table 4: Major Suppliers of Whiskies to Taiwan**

| Countries | Year 2000 (litres) | Year 2001 (litres) |
|---|---|---|
| United Kingdom | 6,818,706 | 5,536,986 |
| Japan | 3,362,670 | 1,907,657 |
| France | 338,290 | 194,289 |
| United States | 254,094 | 191,579 |
| Canada | 165,577 | 131,312 |

*Source of Data: Taiwan Directorate General of Customs*

**Table 5: Statistics on the Alcoholic Beverage Market in Taiwan**

| Year | Locally-produced Alcoholic Beverages by the Taiwan Tobacco and Liquor Corporation (TTLC) | | Imported Alcoholic Beverages (million litres) | | | | Total (Million litres) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Sales Volume (million litres) | | Sales Volume of TTWMB | | Quantity through Importers | | |
| 1999 | 666 | 81.61% | 5.0 | 0.613% | 145 | 17.77% | 816 |
| 2000 | 650 | 85.4% | 7.0 | 0.92% | 104 | 13.68% | 761 |
| 2001 | 657 | 86.2% | 3.0 | 0.4% | 102 | 13.3% | 762 |

*Source of Data: Taiwan Tobacco and Liquor Corporation*

***Prepared and drafted by: Angie So, Commercial Officer - Agriculture***
***Approved by: Martin Charron***
***Date: October 2002***

Is this site for you? | Our Commitment
Our Market Reports and our Services Abroad by Industry, by Country
Link to Other Services

Last Updated:
2002/12/10 Top of Page Important Notices

Décembre 2002

# Changements dans le marché intérieur des boissons alcoolisées résultant de l'adhésion de Taïwan à l'OMC

## Introduction

Suite à son adhésion à l'Organisation mondiale du Commerce, Taïwan fait maintenant face à de nouveaux défis et de nouvelles possibilités dans divers secteurs. Taïwan s'est engagée à ouvrir son marché en abaissant les tarifs douaniers moyens sur les produits importés. Cette politique va s'étendre à la libéralisation du marché intérieur des boissons alcoolisées. Ce rapport constitue un sommaire des changements que connaît présentement le secteur intérieur des boissons alcoolisées ainsi que des occasions d'affaires qui s'offrent aux exportateurs canadiens de ce fait.

Avant le 1er janvier 2002, le Taiwan Tobacco and Wine Monopoly Bureau (TTWMB) était la seule organisation autorisée à produire des boissons alcoolisées à Taïwan. L'importation de boissons alcoolisées a été autorisée pour la première fois en 1987. Pour la première fois, le Taiwan Tobacco and Wine Monopoly Bureau a dû faire face à la concurrence des vins, bières, spiritiueux, liqueurs et tabacs provenant de l'étranger. La libéralisation du marché des boissons alcoolisées résultant de l'adhésion de Taïwan à l'OMC met un terme au système monopolistique régissant le marché taïwanais du vin et du tabac. Les compagnies du secteur privé peuvent maintenant produire, distribuer et vendre des boissons alcoolisées conformément aux règlements mis en place par le Ministère taïwanais des Finances.

## Quels sont les changements?

Dans le cadre des efforts déployés par Taïwan pour joindre les rangs de l'OMC, l'assemblée législative a adopté la "Loi de la taxe sur le vin et le tabac" en mars 2000. La nouvelle loi a mis fin au système monopolistique régissant le marché du tabac et du vin. Ce changement représentait une condition essentielle à l'adhésion de Taïwan à l'OMC. L'importation et la vente de boissons alcoolisées ne seront plus restreintes et le marché intérieur des boissons alcoolisées sera ouvert aux viticulteurs, distillateurs et brasseurs étrangers comme aux producteurs locaux. Selon la nouvelle loi, les boissons alcoolisées seront taxées différemment selon le procédé de fabrication. Les taxes habituelles telles que les tarifs sur les importations, les taxes d'accise et les taxes sur le tabac et le vin seront imposées sur chaque produit.

Les taxes sur les "vins traités"(les vins mélangés à d'autres substances aromatiques ou à des produits médicinaux chinois) sont également calculées en fonction de la teneur d'alcool. Un exemple de ce type de vin est le vin contenant des extraits de velours de bois de cerf. Les vins de ce type ayant un taux d'alcool de plus de 20% se verront imposer une taxe de vin de NT$185 par litre, alors que les vins ayant un taux d'alcool de moins de 20% se verront imposer une taxe de NT$7 pour chaque point de pourcentage (prouvé) par litre. L'importateur doit acquitter la taxe d'accise de même que le tarif. Toutes les boissons alcoolisées sont assujetties à une taxe de vente de 5%, perçue au point de vente. Veuillez consulter le tableau

ci-dessous relativement à la taxe d'accise et aux tarifs selon la nouvelle "Loi de la taxe sur le vin et le tabac."

**Tableau 1: Taxe d'accise sur le tabac et le vin et les tarifs sur diverses boissons alcoolisées**

| Types de boissons | | Taxe d'accise sur le tabac & le vin | Tarif sur les importations |
|---|---|---|---|
| Brandy, Whisky, Rhum, Gin, Vodka | | NT$185/litre | 0% |
| Vins de raisins (rouge/blanc/fruit) | | NT$7 par % d'alcool par litre | 10% |
| Bière | | NT$26/litre | 5%* |
| Vin de riz | | NT$150 /litre**<br><br>NT$185/litre*** | 40% |
| Liqueurs | plus de 20% d'alcool | NT$185/litre | 20% |
| | 20% ou moins d'alcool *(le champagne et les vins mousseux se retrouvent dans cette catégorie)* | NT$7 par % d'alcool par litre | 20% |
| Vin de cuisine (*(Boissons alcoolisées produites pour la cuisine à partir de céréales et d'autres plantes contenant de l'amidon auxquelles de l'alcool éthylique a été ajouté en tant que base après la saccharification , ou dans lesquelles de l'alcool éthylique, de l'alcool fermenté ou des spiritueux distillés ont été utlisés directement en tant que base avec un taux de sel de plus de 0.5%, et auxquelles d'autres saveurs ont été ou n'ont pas été ajoutées.)* | | NT$22/litre | |

**** Le tarif sur les importations de bière sera graduellement réduit de façon à atteindre zéro pour cent (0%) en janvier 2005. À titre d'information, veuillez noter que le tarif sera réduit à 3.5% en janvier 2003 et à 1.6% en janvier 2004.***
***** La taxe pour l'année 2002***
****** La taxe pour l'année 2003 et par la suite.***

Le Taiwan Tobacco and Wine Monopoly Board (TTWMB) a été transformé en société privée le 1er juillet 2002. Le nouveau nom de la société est Taiwan Tobacco and Liquor Corporation (TTLC). La TTLC ne se limite pas à la production de boissons alcoolisées, mais explore également les possibilités qui s'offrent à elle dans le domaine de la distribution et des services de logistique. Le vaste réseau de distribution de TTLC pourrait intéresser les compagnies désirant vendre leurs produits à un grand nombre de détaillants. La TTLC entend également développer d'autres secteurs d'activité comme la production de boissons alcoolisées de marques maison d'autres compagnies, de même que le développement d'activités reliées à la biotechnologie telles que la fermentation et la production d'épices pour les produits alcoolisées.

## Normes à suivre pour produire des boissons alcoolisées à Taïwan

Le Ministère des Finances s'est empressé de libéraliser les marchés intérieurs des boissons alcoolisées et du tabac, près de deux ans plus tôt qu'initialement prévu dans les plans élaborés par le gouvernement suite à l'adhésion de Taïwan à l'Organisation mondiale du Commerce (OMC). Selon le Ministère des Finances, la production de différents types de boissons alcoolisées, y compris la bière, est autorisée depuis le 1er janvier 2002. Toute compagnie enregistrée à Taïwan peut soumettre une demande au Ministère des Finances et au Ministère des Affaires

économiques dans le but d'établir et d'exploiter une usine de production de boissons alcoolisées. Le Ministère des Finances taïwanais est responsable du traitement des demandes de permis de production de boissons alcoolisées.

Le Ministère des Finances a reçu des demandes de licences permettant l'implantation de sociétés de brasserie sur le marché intérieur. En date de septembre 2002, le Ministère des Finances a émis 54 permis de brassage de boissons alcoolisées. Le premier permis de brassage a été octroyé à une association agricole du sud de Taïwan, qui, selon le rapport présenté, produit des vins de riz, des vins de fruit, ainsi que des liqueurs distillées et raffinées. On s'attend à ce que l'accélération de l'octroi des permis produise bientôt une concurrence accrue entre les produits alcoolisés locaux.

Les éventuels producteurs de vin indépendants devront passer avec succès une évaluation de l'impact environnemental de leurs activités effectuée par le gouvernement régional. Les documents requis devront être soumis aux autorités concernées pour examen. Des frais de certification seront alors perçus. On estime que la période requise pour le traitement sera de 2 mois.

La production annuelle des producteurs enregistrés à titre de "société par actions" n'est assujettie à aucune limite. Pour une "société à responsabilité illimitée" par contre, la production annuelle de types spécifiques de vins est assujettie aux limites suivantes:

1) Bière = 60,000 litres
2) Vin de fruit = 40,000 litres
3) Boissons alcoolisées à base de céréale = 20,000 litres
4) Autres vins traités = 20,000 litres
5) Spiritueux distillés = 6,000 litres
6) Vin à base de riz = 20,000 litres
7) Vin de cuisine = 30,000 litres
8) Vins n'appartenant pas aux catégories mentionnées ci-dessus = 6,000 litres

À titre d'exemple, si la Compagnie A obtenait la permission de produire seulement des vins de fruit, elle serait alors autorisée à produire 40,000 litres de vin de fruit par année. Par contre, si la Compagnie B désire produire 2 types de boissons alcoolisées et que sa production consiste à 2/3 de bière et 1/3 de vin de fruit, sa production annuelle ne devra pas dépasser 40,000 litres (2/3 des 60,000 litres permis) de bière et 13,333 litres (1/3 des 40,000 litres permis) de vin de fruit.

Lorsqu'il examinera les demandes de licences et de permis, le Ministère des Finances s'assurera que les candidats ne doivent pas d'impôts au gouvernement et qu'ils n'ont enfreint aucun règlement interdisant la production privée de produits de tabac et de vin. Les licences seront renouvelées à chaque année et les détenteurs de licences devront en acquitter les frais. Afin de protéger les intérêts des consommateurs, le Ministère des Finances intensifiera la rigueur des examens en matière de qualité, d'hygiène, d'étiquetage et de promotions publicitaires des boissons alcoolisées. Des efforts seront également déployés afin de mettre un terme à l'évasion fiscale et à la production illégale de produits de tabac et de vin afin de maintenir la stabilité du marché.

## Le sous-secteur de la bière

Avant la libéralisation du marché des boissons alcoolisées, le Taiwan Tobacco and Wine Monopoly Board (TTWMB) était l'unique producteur de bière à Taïwan. Sa "Taiwan Beer" détient près de 85% du marché taïwanais de la bière et coûte près de 20% moins cher que les autres marques. La familiarité des consommateurs avec son goût explique sa popularité. Comme elle est brassée localement, la fraîcheur est assurée et les coûts de transport demeurent bas.

En 2001, Taïwan a importé 83,570,431 litres de bière évalués à 96.136 millions $CAN. Les États-Unis (32%) furent le principal exportateur au plan du volume, suivis du Japon (26%), des Pays-Bas (25%), de l'Allemagne (5%) et des Philippines (4%). Les principales marques de bière vendues à Taïwan sont Miller (É.U.),

Budweiser (É.U.), Kirin (Japon), Asahi (Japon), Heineken (Pays-Bas), San Miguel (Philippines), Corona (Mexique) et Carlsberg (Danemark). La micro-brasserie canadienne "Unibroue" a fait son entrée sur le marché taïwanais en 2000. À cause du caractère unique de son goût et son prix relativement élevé, la bière Unibroue est surtout vendue dans les restaurants haut de gamme de Taïwan. D'autres brasseries canadiennes ont tenté de pénétrer le marché taïwanais par le passé. Cependant, elles se sont toutes retirées du marché après une période d'essai. Les compagnies qui espèrent lancer une bière à Taïwan devraient affecter de grosses sommes à leur budget promotionnel afin de couvrir le coût de la publicité dans la presse et autres médias, de même que le coût des échantillons. Il faut investir d'importantes sommes pour acquérir de la notoriété et le volume des ventes doit être suffisant pour justifier les dépenses encourues. Par conséquent, il est difficile pour les produits importés de préserver leurs parts de marché, et les fournisseurs étrangers doivent être prêts à encourir des dépenses supplémentaires à des fins promotionnelles. Les chauds mois de juin, juillet et août constituent habituellement la haute saison où les brasseries organisent divers types d'activités visant à promouvoir la bière.

On s'attend à ce que plus de bières étrangères fassent leur apparition sur le marché taïwanais. La bière Tsing-Tao de la Chine continentale, la bière Bar Beer de Kirin (produite en Australie) et la bière Beck d'Allemagne ont fait leur entrée sur le marché depuis l'adhésion de Taïwan à l'OMC. On prévoit que d'autres marques, soit importées ou produites localement par des micro-brasseries, suivront leurs traces dans un avenir rapproché. Prête à en découdre dans ce marché de la bière très compétitif, Tesco, la chaîne britannique d'hypermarchés qui exploite quelques magasins à Taïwan, lancera bientôt la bière "Tesco" à Taiwan.

La première compagnie à recevoir une licence d'exploitation afin de produire de la bière est la Taiwan Brewery Systems Inc. Cette micro-brasserie indépendante n'entend pas seulement brasser de la bière mais également éduquer le public relativement à son histoire et ses aspects culturels.

**Tableau 2: Principaux fournisseurs de bière vers Taiwan**

| Pays | Année 2000 (litres) | Année 2001 (litres) |
|---|---|---|
| États Unis | 27,783,679 | 27,121,851 |
| Japon | 22,178,268 | 21,471,600 |
| Pays-Bas | 19,549,647 | 21,294,811 |
| Allemagne | 3,442,152 | 3,784,901 |
| Philippines | 4,455,178 | 3,287,797 |
| Mexique | 3,057,823 | 2,877,668 |
| Singapour | 1,190,733 | 1,065,668 |

*Source d'information: Taiwan Directorate General of Customs*

## Le sous-secteur du vin

En 2001, Taïwan a importé 5.288 millions de litres de vin de raisin évalués à 38.048 millions $CAN. La part des vins canadiens représentait 7% de la totalité des vins de raisin importés lorsque calculée en fonction du volume et 3.19% lorsque calculée en fonction de la valeur. La France et les États-Unis demeurent les principaux fournisseurs de vins de Taïwan, accaparant les deux tiers du marché à eux seuls. Parmi les autres pays fournissant du vin à Taïwan on retrouve l'Australie, l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne. Les vins de raisin de la France et des États-Unis sont mis en bouteille par le Taiwan Tobacco and Wine Monopoly Board et sont vendus sous les propres étiquettes du TTWMB: "Yu-Chuan Wine " (de France) et "Superior Rose Wine" ( des États-Unis). La part de marché détenue par les vins produits par le TTWMB continue de décroître parce que plus de vins importés font leur apparition à Taïwan depuis l'ouverture du marché il y a plus de 10 ans.

En dépit d'efforts promotionnels soutenus, les importations de vin de raisin vers Taïwan ont continué de chuter après avoir atteint un sommet de 238.23 millions $CAN en 1997. Selon les statistiques du TTWMB, les Taïwanais ont consommé en moyenne un total de 35 litres (ayant une valeur approximative de 154 $CAN) de boissons alcoolisées en 2000. C'est en 1997, alors que plusieurs importateurs ont tenté de tirer profit de la popularité du vin rouge - popularité attribuable aux vertus curatives qu'on lui prêtait - que le volume d'importation de vin rouge a atteint un niveau élevé. Malgré plusieurs activités promotionnelles organisées par les importateurs dans le but d'accroître la demande du marché, les ventes de vin importé n'ont pas atteint les niveaux escomptés, pendant que l'importation, elle, a continué, produisant d'importants surplus d'inventaires de vins. Quelques importateurs sont toujours aux prises avec ces surplus d'inventaires de vins importés en 1997. Certains d'entre eux offrent présentement de forts rabais sur les vins qu'ils tentent de vendre dans l'espoir de réduire leurs inventaires.

Les occasions spéciales et les principales fêtes chinoises (la Nouvelle Année lunaire chinoise, le Festival de la mi-automne, etc), nécessitent l'utilisation d'emballages cadeaux spéciaux. Les détaillants ont l'habitude de réemballer le vin dans des boîtes cadeaux afin de profiter de ces occasions spéciales. Les femmes préfèrent les vins plus sucrés ou avec une saveur plus fruitée. C'est également le segment visé par les importateurs de vins de glace canadiens, puisque le vin de glace a un goût sucré et fruité.

Les restaurants de style occidental et les hôtels cinq étoiles intègrent maintenant le vin à leurs menus. Maintenant que plus de Taïwanais voyagent à l'étranger, leurs goûts en matière de boissons ont subi certaines influences, spécialement en ce qui a trait à la consommation de vin dans les restaurants et hôtels haut de gamme.

Outre les magasins de spiritueux, les magasins de vin spécialisés et les magasins de vente au détail du TTWMB, les dépanneurs, les supermarchés et les hypermarchés sont également dotés d'un rayon des vins.

**Tableau 3: Principaux fournisseurs de vin de Taiwan**

| Pays | Année 2001 (litres) | Valeur ($CAN) millions |
|---|---|---|
| États Unis | 2,182,045 | 9.629 |
| France | 1,772,600 | 15.70 |
| Australie | 268,417 | 2.189 |
| Japon | 263,138 | 1.826 |
| Italie | 186,122 | 2.021 |
| Allemagne | 120,132 | 1.463 |
| Espagne | 115,503 | 1.083 |
| Canada | 64,775 | 1.220 |

*Source d'information: Taiwan Directorate General of Customs*

## Autres spiritueux distillés

Taïwan a importé 8.139 millions de litres de whisky en 2001, évalués à 166.793 millions $CAN. Le whisky canadien ne détient que 1.6% du marché, comparé à 68% pour le Royaume-Uni et 23% pour le Japon. Les importations de scotch whisky représentent de 35% à 40% de l'ensemble des importations de vins et de spiritueux. Un total de 2.738 millions de litres de brandy (78 millions $CAN) ont également été importés vers Taïwan en 2001. Les principaux fournisseurs de brandy de Taïwan sont la France (88%), les États-Unis, le Canada, l'Espagne et le Royaume-Uni. La Suède est le plus important fournisseur de vodka de Taïwan.

L'impact de l'adhésion de Taïwan à l'OMC sur le prix au détail du vin de riz représente la plus grande controverse jamais soulevée dans le secteur taïwanais des spiritueux distillés. Le vin de riz constitue un élément fondamental de l'alimentation des ménages taïwanais qui l'utilisent pour la cuisine, surtout les femmes en convalescence après un accouchement. Le prix du vin de riz (qui était de NT$21, soit 1 $CAN la bouteille) a grimpé jusqu'à NT$130 la bouteille parce qu'il sera taxé au même taux que les liqueurs importées (NT$185 le litre à compter de janvier 2003).

Le brandy et le whisky sont les types de spiritueux distillés les plus fréquemment importés à Taïwan. L'économie de Taïwan connaît une récession depuis 2001, de sorte que les ventes de spiritueux distillés ont été grandement affectées. Il y a donc eu une diminution du nombre de boîtes cadeaux vendues lors des occasions spéciales ou des fêtes chinoises traditionnelles.

Outre Absolut et Smirnoff, qui sont les 2 vodkas les plus populaires parmi les marques disponibles à Taïwan, on retrouve également d'autres vodkas en provenance du Danemark, des Pays-Bas et de la France. La Vodka est principalement utilisée dans la préparation de cocktails dans les bars, les pubs, les restaurants et les discothèques. Il existe un petit pourcentage de consommateurs taïwanais qui achètent de la vodka directement dans les magasins de vente au détail.

Les marchands taïwanais croient que des pespectives intéressantes s'offrent aux spiritueux distillés de Chine continentale qui seront disponibles à Taïwan maintenant que le pays est membre de l'OMC. Avant son adhésion à l'OMC, quelques compagnies taïwanaises avaient commencé à importer et distribuer du saké (Tsing Jiu) du Japon et de la Chine continentale, ainsi que du vin "Shao-hsing" de la Chine continentale et d'autres marques de whisky du Japon.

**Tableau 4: Principaux fournisseurs de whisky de Taiwan**

| Pays | Année 2000 (litres) | Année 2001 (litres) |
|---|---|---|
| Royaume-Uni | 6,818,706 | 5,536,986 |
| Japon | 3,362,670 | 1,907,657 |
| France | 338,290 | 194,289 |
| États-Unis | 254,094 | 191,579 |
| **Canada** | 165,577 | 131,312 |

*Source d'information: Taiwan Directorate General of Custom*

**Tableau 5: Statistiques sur le marché taiwanais des boissons alcoolisées**

| Année | Boissons alccolisées produites localement par la Taiwan Tobacco and Liquor Corporation (TTLC) | | Boissons alcoolisées importées (millions de litres) | | | | Total (Millions de litres) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Volume des ventes (millions de litres) | | Volumes des ventes de TTWMB | | Quantité par l'intermédiaire des importateurs | | |
| 1999 | 666 | 81.61% | 5.0 | 0.613% | 145 | 17.77% | 816 |
| 2000 | 650 | 85.4% | 7.0 | 0.92% | 104 | 13.68% | 761 |
| 2001 | 657 | 86.2% | 3.0 | 0.4% | 102 | 13.3% | 762 |

*Source d'information: Taiwan Tobacco and Liquor Corporation*

***Préparé et rédigé par: Angie So, Agente de commerce - Agriculture***
***Approuvé par : Martin Charron***
***Date: Octobre 2002***